



Communiqué de presse

Kingfisher Group plc choisit SPSS pour optimiser sa connaissance clients

**~ Le grand groupe spécialisé dans le bricolage utilise SPSS Predictive Analytics
pour mieux connaître ses clients et répondre à leurs besoins plus efficacement ~**

Paris, le 18 mars 2009 - SPSS Inc. (Nasdaq : [SPSS](#)) l'un des premiers fournisseurs mondiaux de logiciels et de solutions d'analyse prédictive, annonce que Kingfisher Group plc, troisième groupe mondial de commerce de détail spécialisé dans le bricolage, a sélectionné et déployé le logiciel d'analyse prédictive et de data mining leader du marché de SPSS.

SPSS a été choisi à la suite d'essais concluants en situation réelle chez B&Q au Royaume-Uni et Castorama en France (qui fait partie du groupe Kingfisher plc), ainsi que dans le cadre d'initiatives plus vastes dans ces deux pays menées dans le but d'obtenir une vision globale des habitudes d'achat des clients.

Pour l'équipe 'Proposition and Insight' de B&Q, le logiciel de data mining de SPSS constitue aujourd'hui un outil essentiel pour mieux répondre aux attentes de ses clients. En atteste l'amélioration permanente de la proposition commerciale de B&Q suite au lancement national de la carte de remise 'B&Q Trade' en avril 2008. Les fonctions de data mining supplémentaires apportées par SPSS permettent à B&Q d'obtenir une vue à 360° de l'évolution des habitudes d'achat de ce segment de clientèle crucial, à une époque où il est indispensable de répondre rapidement aux nouveaux besoins.

Depuis l'introduction du logiciel d'analyse prédictive de SPSS chez B&Q, d'autres entités de l'entreprise n'ont pas tardé à comprendre la valeur ajoutée que cette technologie et la modélisation prédictive peuvent apporter dans de nombreux processus. Ainsi l'équipe 'Profit Protection' de B&Q l'utilise aujourd'hui pour mieux repérer et réduire la fraude dans la grande distribution.

Les entités Proposition & Insight et Profit Protection commencent également à exploiter les autres fonctionnalités de la plate-forme d'analyse Predictive Enterprise Services de SPSS. Predictive Enterprise Services permet d'effectuer les analyses pendant la nuit dès que les données transactionnelles de la journée écoulée ont été centralisées. Les principaux décideurs de l'entreprise disposent ainsi d'informations à jour et beaucoup plus précises qu'auparavant.

Concernant les avantages apportés par SPSS à B&Q, Rachel Osborne, directrice de Proposition & Insight, livre le commentaire suivant : « La solution d'analyse prédictive de SPSS nous a réellement aidés à mieux comprendre la dynamique qui sous-tend les habitudes d'achat des différents consommateurs et à partager ces connaissances dans l'ensemble de l'entreprise. En 2009, nous nous attacherons à mettre ces connaissances en pratique dans différents domaines. »



« La mise en œuvre du logiciel est rapide. Il est facile à utiliser et offre toute la flexibilité requise pour voir les données sous des angles très différents selon les besoins du moment », précise Jim O'Donnell, Data Intelligence Manager de l'entité Proposition and Insight de B&Q. « Il jouera un rôle décisif pour cibler les clients professionnels et particuliers, et nous aidera à affiner nos connaissances dans d'autres domaines. »

« Les besoins et les désirs des bricoleurs sont complexes, en évolution constante et plus influencés par des facteurs émotionnels que, par exemple, les achats effectués à l'épicerie », explique Agnès Touboul, Directeur Comptes Stratégiques France de SPSS. « Nous avons été en mesure de fournir à notre client un outil efficace et facile d'utilisation pour mieux comprendre et, surtout, mieux répondre à ces besoins complexes. »

À propos de SPSS

SPSS (NASDAQ : SPSS) est un éditeur leader mondial de logiciels et de solutions d'analyse prédictive. La technologie d'analyse prédictive de SPSS améliore les processus décisionnels des organisations, en leur offrant un contrôle permanent sur les décisions prises chaque jour. En utilisant quotidiennement l'analyse prédictive, les organisations deviennent ainsi des entreprises prédictives, capables d'atteindre leurs objectifs commerciaux, tout en bénéficiant d'avantages concurrentiels mesurables. Plus de 250 000 clients du secteur public, universitaire et commercial s'appuient sur les technologies de SPSS pour augmenter leurs revenus, réduire les coûts, détecter et se prémunir des fraudes, parmi lesquels en France : Orange/France Télécom Group, Neuf Cegetel, Outremer Telecom, Synergie, Europages, Vauban Humanis, Vente-Privées, Conforama, Sephora, Renault, Sanofi, Ricoh, SNCF ... Fondé en 1968, SPSS est basé à Chicago aux Etats-Unis.

Site Web : www.spss.com/fr

Contacts presse :

Agence Voice

Florence Calba - Sophie Dupraz

fcalba@crmvoice.fr - sdupraz@crmvoice.fr

01 73 04 60 55 / 53